

●住民アンケート調査及び人流ビッグデータを用いた解析の分析結果

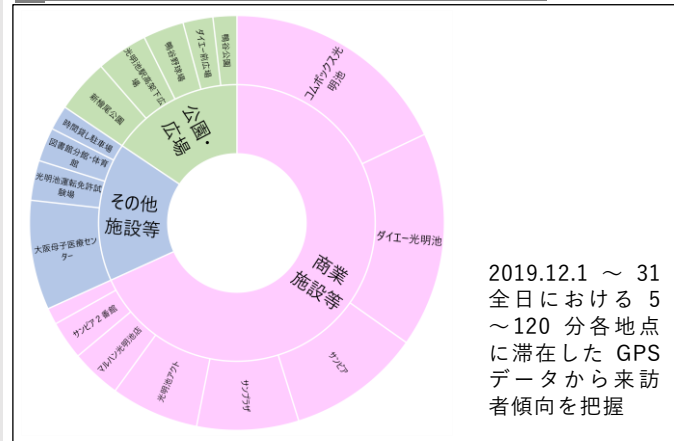
1) 商業施設について

n=母数 ※不明回答は除く

◆ 日常的な「人々が集まる場所」「人々の居場所」であり、商業施設がたくさんあることが駅前の自慢

- ・光明池駅前の商業施設は、「主な日用品や食料品の購入場所」とする人が多く（問2）、休日を過ごす場所としても回答を集め（問1）ており、**日常的に人々が集まる場所となっていると考えられる。**
- ・「人と関わりを持てたりくつろげる場」として、駅前店舗の施設名称を挙げた回答（問4）もあり、**人々の居場所になっている。**
- ・**「商業施設がたくさんあり欲しいものが揃う」ことが、駅前の自慢となっている。**（問12）
- ・駅前施設の来訪者数を分析すると、商業施設を占める割合が最も高く（人流解析）、駅前エリアにおける集客において、**商業施設が果たす役割が非常に大きいことがわかる。**

▼駅前施設の平日来訪者数（人流解析）



◆ 生鮮食品や日用品の買い物場所としての満足度は高いが、その他の買い物や飲食店の満足度アップが課題

- ・「生鮮食品や日用品の買い物場所」としての満足度が非常に高く、訪問頻度も高い。（問8）
- ・「その他の買い物」や「飲食店」に関する満足度はやや低く、訪問頻度も低い。（問8）
- ・また、**課題として、「飲食店が不足している」といった意見も多く挙がっている。**（問13）

▼訪問頻度（問8）

	週4日以上	週2~3日	週1日	月1~3日	月1回未満	行かない
生鮮食品や日用品の買い物(n=312)	18.3	28.8	14.1	15.7	9.0	14.1
その他の買い物(n=303)	9.6	18.2	26.1	20.1		23.1
飲食店での飲食(n=307)	3.66.5	18.9	30.3			38.8

▼満足度（問8）

	満足	やや満足	やや不満	不満
生鮮食品や日用品の買い物(n=267)	33.3	48.3	13.9	4.5
その他の買い物(n=237)	14.3	45.1	28.7	11.8
飲食店での飲食(n=194)	10.3	34.5	33.5	21.6

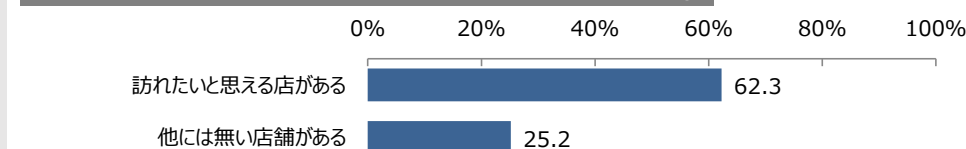
◆ 活性化に向け、訪れたいと思える店舗づくり・他にはない店舗づくりが期待されている

- ・コロナ禍で「郊外の大型ショッピングモール等に行く機会が減った」が7割、「駅前の商業施設に行く機会が減った」が4割。（問14）
- ・満足度に関する設問で、「訪れたいと思える店がある」「他にはない店舗がある」は、不満が満足を上回っており、特に「**他にはない店舗がある」は不満足（不満+やや不満）が8割。**（問10）
- ・「**訪れたいと思える店がある**」は、**活性化のために重要と考える人が6割**で（問10）、同設問の選択肢の中で最も高くなっている。

▼光明池駅前の満足度（問10）

	満足	やや満足	やや不満	不満
訪れたいと思える店がある(n=322)	11.8	35.4	33.9	18.9
他には無い店舗がある(n=319)	3.8	15.4	37.6	43.3

▼光明池駅前の活性化のために重要なこと（問10）

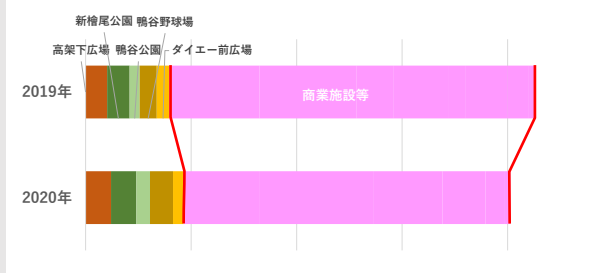


## 2) 日々の生活、くつろぎの場としての駅前エリアについて

### ◆ 新しい生活様式に対応した、広場や公園等のオープンスペースがあり、余暇を過ごせる場が求められている

- 「主に休日を過ごす場」として、回答者の約 75% が光明池駅前の施設等を挙げており（問 1）、多くの人が**休日を過ごす場**となっている。
- 駅前施設の来訪者はコロナ前に比べ全体的に減っている。コロナ前後で商業施設来訪者は減少しているが、公園・広場等が増加している（人流解析）ことから、**公園や広場はコロナ禍において駅前エリアの来訪機会を生んでいると考えられる。**
- 実際に、コロナ禍で「公園・緑道で過ごすことが増えた」という人が多く増えており（問 14）、くつろぎを感じられる場所として「公園や緑道」も多く挙げられている。（問 4）
- 駅前の自慢できることとして、「広くて緑豊かな公園があること」といった意見が非常に多くあり（問 12）、駅前エリアの集客において、**余暇を過ごせるオープンスペースの重要性が高まっている。**

#### ▼コロナ前後の来訪場所変化（人流解析）



### ◆ 滞留空間としての居心地の良さを高めていくことが課題

- 「習い事や文化教室」「レクリエーション」「図書館」の満足度は高いが、訪問頻度は低い（問 8）ため、有効活用が期待される。
- 課題として、「憩いの場の不足」や、「広場空間の改善」に関する意見が多く挙げており（問 13）、**滞留空間としての居心地の良さを高めることが求められる。**

#### ▼満足度（問 8）

	満足	やや満足	やや不満	不満
習い事や文化教室 (フィットネスクラブなど) (n=76)	27.6	51.3	17.1	3.9
レクリエーション (公園での遊びなど) (n=126)	24.6	50.0	15.9	9.5
図書館(n=93)	21.5	35.5	31.2	11.8

#### ▼訪問頻度（問 8）

	週4日以上	週2~3日	週1日	月1~3日	月1回未満	行かない
習い事や文化教室 (フィットネスクラブなど) (n=308)	4.9	7.5				79.2
レクリエーション (公園での遊びなど) (n=307)	6.8	6.8	8.8	12.7		62.9
図書館(n=306)	2.9	7.8	14.4			73.2

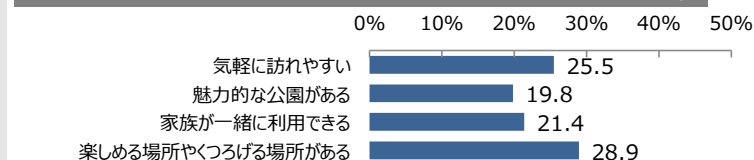
### ◆ “訪れやすさ”を活かしながら、楽しめる・くつろげる場所づくりが必要

- 「気軽に訪れやすい」の満足度は約 8 割、「魅力的な公園がある」「家族と一緒に利用できる」の満足度は 5 割強と、**誰もが楽しめる空間として一定評価**されており、重要なこととしても捉えられているため、駅前活性化に向けて活かしたい魅力である。（問 10）
- 一方、**重要度の高い「楽しめる場所やくつろげる場所」は、満足度が約 3 割と低い**（問 10）ことから、**重点的に取り組む必要がある。**

#### ▼光明池駅前の満足度（問 10）

	満足	やや満足	やや不満	不満
気軽に訪れやすい(n=324)	37.3	40.4	15.4	6.8
魅力的な公園がある(n=321)	21.2	38.0	22.7	18.1
家族と一緒に利用できる(n=320)	12.5	41.9	27.5	18.1
楽しめる場所やくつろげる場所がある(n=319)	5.9	26.6	42.9	23.5

#### ▼光明池駅前の活性化のために重要なこと（問 10）

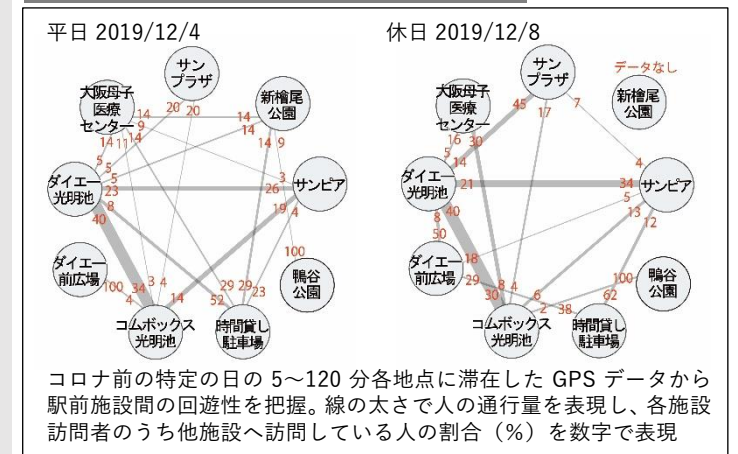


## 3) 駅前エリア内の移動について

### ◆ 施設間の回遊性を活かしながら、施設の情報発信や寄り道しなくなる仕掛けづくり、駐車場・駐輪場の利便性を改善することで、エリア全体の回遊性向上が期待される

- 右図の通り、商業施設間での移動が多く（人流解析）、アンケートでも「施設や店舗間を移動しやすい」「道がわかりやすい」の満足度が高い結果（問 10）であることから、**商業施設間の回遊性はエリアポテンシャルの一つとして評価できる。**
- 一方、商業施設以外の施設（公園や広場等）と他施設での人の移動は、商業施設間と比べて少ないため、更なるエリア内の回遊性向上が期待される。
- 「主な目的とは別に寄り道して楽しみやすい」「施設等の情報がわかりやすく表示されている」の満足度が低く（問 10）、これらの改善による**さらなる回遊性の向上が期待される。**
- 駅前エリアの入口となる**駐車場や駐輪場の使いやすさに関する満足度では、不満が満足を上回る**（問 10）ため、**改善が必要と考えられる。**

#### ▼駅前施設の回遊性分析（人流解析）



#### ▼光明池駅前の満足度（問 10）

	満足	やや満足	やや不満	不満
道がわかりやすい(n=322)	13.7	50.0	26.1	10.2
施設や店舗間を移動しやすい(n=323)	12.4	46.7	26.0	14.9
駐車場が使いやすい(n=323)	11.1	35.0	32.5	21.4
施設等の情報がわかりやすく表示されている(n=318)	5.6	34.3	40.9	18.2
駐輪場が使いやすい(n=317)	7.3	32.5	36.9	23.3
主な目的とは別に寄り道して楽しみやすい(n=319)	5.3	24.5	37.3	32.9

## 4) 駅前エリアへの愛着の醸成について

### ◆ 住民が誇りを感じ・来訪者がファンになるエリアの魅力づくりが必要

- 「親しみや愛着がわく」の満足度は 6 割。（問 10）
- 光明池駅前との関わりについては、「買い物や施設利用等で訪れる」割合が非常に高く、その他の市民活動で訪れる割合は低い。（問 9）「訪れたいと思えるイベントや活動が行われている」の満足度が約 15%と極めて低い（問 10）ことから、いま以上に親しみや愛着を育むためには、**買い物や施設利用だけでなく、イベントや活動などへの参加の後押しや、自ら活動する場所となるような仕掛け、来訪者がファンになるような工夫が求められる。**

- また、愛着を育むには、満足度が低く活性化のための重要度が高い「まちなみの美しさ」（問 10）を高めるような取組や、充実を求める声の多い「公共空間の Wi-fi 整備、シェアオフィス整備などリモートワーク環境」（問 11）の整備などの、**新しい魅力づくりも必要である。**

#### ▼光明池駅前の満足度（問 10）

	満足	やや満足	やや不満	不満
親しみや愛着がわく(n=318)	14.8	44.3	28.0	12.9
まちなみが美しい(n=319)	9.4	38.6	32.3	19.7
訪れたいと思えるイベントや活動が行われている(n=319)	13.8	40.4	22.7	19.7

#### ▼光明池駅前の活性化のために重要なこと（問 10）

